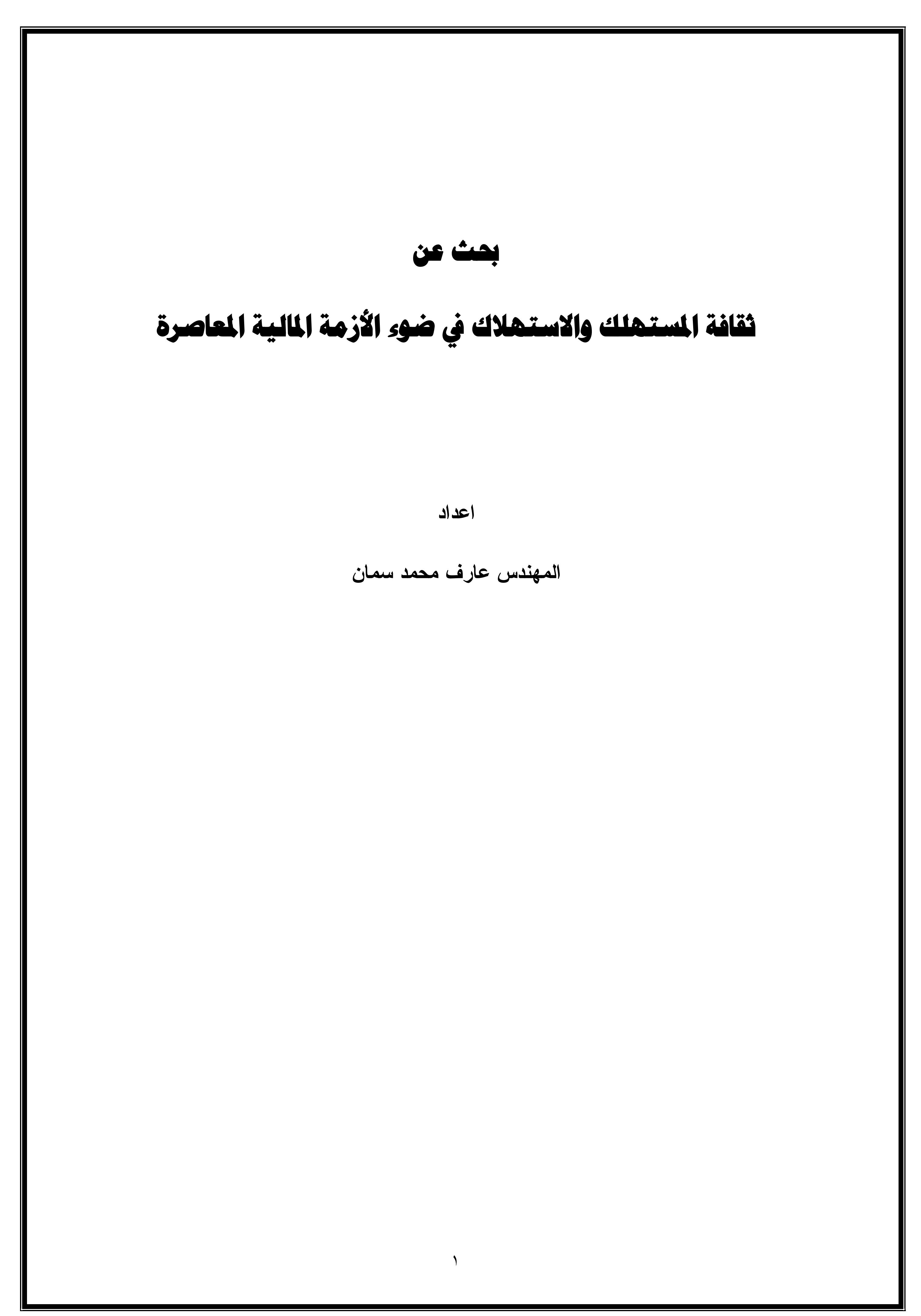


بحث عن

ثقافة المستهلك والاستهلاك في ضوء الأزمة المالية المعاصرة

اعداد

المهندس عارف محمد سمان

ثقافة المستهلك والاستهلاك في ضوء الأزمة المالية المعاصرة

المقدمة :

نحاول من البحث الموجز تسليط الضوء على ثقافة (سلوك) المستهلك والاستهلاك في ظل التغيير الذي حصل ويحصل لثقافة المستهلك والاستهلاك بعد الأزمة المالية المعاصرة وتأثيرها على المستوى العالمي والعربي .

الثقافة(١)

نقصد **بالثقـــافة**، مجمـــوعة المعارف الإنسانية التي يكتســـبها الإنسان وتؤثِّر في تفكيره وفي فهمه للأشياء، وفي سلوكه وأخلاقه، وعلاقته بالله وبالمجتمع والحياة .. مثل معارف العقيدة والتأريخ والفقه والآداب والقانون والسياسة والأخلاق وعلم النفس وعلم الاقتصاد والاجتماع ... الخ

ماهية الثقافة:

عرف تايلور Taylor الثقافة من أمد طويل بأنها "ذلك الكل المركب الذي يتضمن المعارف والعقائد والفنون والأخلاق والوانين والعادات وأي قدرات وخصال يكتسبها الإنسان نتيجة لوجوده كعضو في المجتمع " ويتضمن هذا التعريف ما تنتجه حياة الجماعة من عرف وأساليب فنية وقواعد للسلوك والأخلاق وغير ذلك من النواحي التي تتوقعها الجماعة من أفرادها كما يتضمن العناصر المادية التي تكون جزءاً هاماً من ثقافتنا المعاصرة ووجود علاقات ذات معنى بين الأجزاء المتعددة للثقافة.

أما لسلي وايت Leslie A. White فقد عرف الثقافة بأنها تنظيم لأنماط السلوك والأدوات "الآلات والأشياء التي تعملها الآلات" والأفكار "المعتقدات والمعارف" والمشاعر "الاتجاهات والقيم" التي تعتمد على استخدام الرموز. فالثقافة بدأت كما يقول "حينما أخذ الإنسان يستخدم الرموز ، وبسبب هذه السمة الرمزية تنتقل الثقافة بسهولة وبسرعة من كائن إنساني إلى كائن إنساني آخر " وبهذه الطريقة تصبح الثقافة كلاً مستمراً نامياً يكتسب عناصر جديدة كلما انتقل من جيل إلى جيل يليه وينتشر بين جماعات جديدة ، وفي عملية النقل هذه تضيع بعض عناصر الثقافة ويتغير بعضها الآخر وتضاف إليها عناصر جديدة ، ولكن الثقافة نفسها تستمر ولذلك يقول وايت "إن الثقافة عملية رمزية مستمرة تراكمية وتقدمية ". ولعلنا نستطيع أن نستنتج من هذه التعاريف أن الثقافة ليست أمراً خاصاً بطبقة معنية من الناس أو مجموعة مختارة منهم ، وأنها لا تعني فقط تلك المظاهر من السلوك الإنساني التي تشير إلى التذوق والتهذيب والاهتمام بنوع ما من الفنون ، بل هي مفهوم يعني "أسلوب الحياة لمجتمع ما ذو بعد زمني ينتقل من جيل إلى جيل ويتعرض للتغيير المستمر بدرجات متفاوتة من مجتمع إلى آخر ومن عصر إلى آخر .

العناصر و القيم الثقافية(٢)

مع إدراك المجتمع لعناصر الثقافة وأهميتها في حياة أفراده، أصبح ممكناً، من خلال تعزيز هذه العناصر بالشكل الإيجابي، الوصول إلى مجتمعات قادرة على التطور والاندفاع ضمن عجلة التنمية والتقدم.

ويمكن تحديد عناصر الثقافة في أربعة محددات رئيسة:

١. نظرة المجتمع إلى العالم

كيف ينظر كل مجتمع إلى القيم التالية، ومن خلال نظرة المجتمع إليها، نستطيع القول بأنه مجتمع مؤيد أو معاد للتنمية.

٢. القيم والفضائل

إن الثقافة التي تركز على قيم وفضائل معينة وسلوكيات اجتماعية مؤيدة لكل من :

- أحكام القانون
- بناء أخلاقي متين
- احترام الآخرين

٣. السلوك الاقتصادي

السلوك الاقتصادي الذي يمارسه الأفراد في مجتمع ما، يمكن أن يحدد قدرة ذلك المجتمع على النمو وعلى التطور مستقبلا، كما يمكن أن يحدد ما إذا كان ذلك السلوك الاقتصادي يسهم في تراجعه ومعاداة تنميته.

٤. السلوك الاجتماعي

للسلوك الاجتماعي دور مهم ورئيس في دعم التنمية المجتمعية وتقدم الدول عبر ممارسات سلوكية وعلاقات داخلية تسهم في دعم التنمية وفي تأييد تطورها. و يعتبر السلوك الاجتماعي واحداً من أربعة عناصر رئيسة في الثقافة.

القيم الثقافية

تتمتع المجتمعات المؤيدة للتنمية بقيم أخلاقية وسلوكية ومعرفية، تجعلها قادرة على التطور والتقدم من خلال تعزيز هذه القيم بين أفراد المجتمع، بينما تعاني المجتمعات التي يمارس أفرادها ويعيشون ضمن قيم معادية للتنمية، من تراجع في تطورها وتقدمها بحيث تبقى عبارة عن مجتمعات متخلفة وغير قادرة على الوصول إلى مراحل من التقدم المنشود.

سلوك المستهلك

يعتبر المستهلك حجر الزاوية في النشاط التسويقي الناجح حيث تحدد رغبات المستهلكين وخصائصهم معالم الإستراتيجية التسويقية الفعالة في العصر الحديث. لذلك فإن دراسة سلوك المستهلك تعد من الأسس الهامة لنشاط التسويق المعاصر وأحد التطورات العلمية التي أثرت في النظام التسويقي السائد في الربع الأخير من القرن العشرين .

تعريف سلوك المستهلك : Consumer Behavior

الاستهلاك consumption هو استخدام سلع أو إتلافها أو التمتع بخدمات، وذلك من أجل إشباع حاجات أو رغبات معينة.

يقصد بمصطلح **سلوك المستهلك** كافة الأنشطة التي يبذلها الأفراد في سبيل الحصول على السلع والخدمات والأفكار واستخدامها بما فيه الأنشطة التي تسبق قرار الشراء وتؤثر في عملية الشراء ذاتها .(٣)

ويعرفها د. خالد الجريسي (٤):

سلوك المستهلك : مجموعة الأنشطة والتصرفات التي يقدم عليها المستهلكون أثناء بحثهم عن السلع والخدمات التي يحتاجون إليها بهدف إشباع حاجاتهم لها ورغباتهم فيها، وأثناء تقييمها لها والحصول عليها واستعمالها والتخلص منها، وما يصاحب ذلك من عمليات اتخاذ القرار.

العوامل المؤثرة في قرارات الشراء(٤)

يمكن تلخيص العوامل المؤثرة في قرارات الشراء في أربعة عوامل هي ،، طبيعة المستهلك ، وطبيعة السلعة المشتراه ، وخصائص البائعين والمنتجين وطبيعة الموقف الشرائي :

١ - طبيعة المستهلك :

تختلف القرارات الشرائية للمستهلكين وكذلك طبيعة المراحل التي يمرون بها أثناء هذه العملية وطول الفترة اللازمة لإنهاء كل مرحله منها بحسب الخصائص الاجتماعية والاقتصادية للمستهلك وطبقته الاجتماعية ومعتقداته ومدى قدرته على التعلم وخبراته السابقة في التسوق والشراء .

٢ - طبيعة السلعة وخصائصها :

يؤثر القرار الشرائي الخاص بسلعة ما بصورة مباشرة بخصائص تلك السلعة من حيث الجودة والسعر والخدمات المحلقة بها ومنافعها الوظيفية والاجتماعية والنفسية للمستهلك ، ولذلك يسعى المنتجون باستمرار إلى إضافة منافع ومزايا جديدة لمنتجاتهم بما يحقق الفائدة القصوى للمستهلكين ويشجعهم على شرائها .

٣ - طبيعة وخصائص البائعين والمنتجين :

إذا نجح المنتج في تكوين سمعة ممتازة لعلامته التجارية في السوق واعتاد على بيع منتجاته عن طريق متاجر ذات سمعة طيبة ورجال بيع مدربين فإن ذلك سيؤدي إلى زيادة ثقة المستهلك في تلك المنتجات وينمي ولاءه لها ويشجعه على شرائها .

٤ - طبيعة وخصائص الموقف الشرائي :

تؤثر العوامل المحيطية بالموقف الشرائي أحيانا في عملية اتخاذ قرار الشراء ، وتشمل تلك العوامل – ضمن ما تشمله – الوقت المتاح للشراء والظروف المالية والاجتماعية المرتبطة بمكان الشراء . فمثلا يمكن أن يترتب على ضيق الوقت المتاح للشراء أن يتخذ المستهلك قرار الاشتراك في غياب المعلومات اللازمة وأن يقلل من وقت وجهد البحث عن البدائل ، وبذلك تختلف نتيجة القرار عنه في ظل الأحوال العادية ..

أثر التغيــُر في الدخل على الإنفاق الاستهلاكي (٥)

يؤدي ارتفاع الدخل – عموما – إلى تغير في سلوك الاستهلاك لدى الأفراد وذلك بزيادة نسبة الإنفاق الاستهلاكي لديهم ، إلا أن هذه الزيادة متوافقة على مقدار الدخل ونسبة الزيادة فيه ..

أما بالنسبة للأسرة التي تحصل على مقدار دخل متوسط أو منخفض نجد أن الزيادة في الدخل قد تؤدي إلى زيادة الإنفاق على الاستهلاك بالنسبة نفسها أو بنسبة أكبر ، وذلك لأحد سببين :

أ- إما لأن الأسرة لا زالت تعاني من بعض الحرمان ولا زالت احتياجها الأساسية – من غذاء وملبس ومسكن ونحوه – غير مشبعة . وبالتالي فإنها قد توجه كل الزيادة في الدخل للإنفاق في إشباع هذه الحاجات ، فمثلا قد تكون الأسرة مقيمة في مسكن صغير أو غير مناسب وتتطلع إلى تغير أو تجديد المسكن وتنتظر الفرصة المناسبة لتحقيق هذا التطلع، وبالتالي فإن زيادة دخل مثل هذه الأسرة قد يدفعها إلى توجيه كل الزيادة للإنفاق على المسكن الجديد أو تحسين وتجديد المسكن الحالي.

ب_ وإما لان زيادة دخل الأسرة قد ترتب عليه انتقالها من فئة أو طبقة اجتماعية إلى طبقة أعلى مما يدفعها إلى محاولة مسايرة الأنماط الاستهلاكية للطبقة الجديدة بما يترتب عليه أحيانا زيادة الإنفاق على الاستهلاك بما يزيد عن الزيادة في الدخل ويتم ذلك عن طريق الشراء الآجل أو سحب جزء من المدخرات السابقة وتوجيهها للإنفاق الاستهلاكي .

أما بالنسبة للأسر المرتفعة الدخل ، فإننا نجد أن زيادة دخل هذه الأسر قد يؤدي إلى زيادة الإنفاق على الاستهلاك ولكن بنسبة أقل .. حيث إن هذه الأسرة تكون قد قامت مسبقا بإشباع العديد من الحاجات ، وبالتالي

فإن الزيادة في الدخل لن توجهٍ بالكامل للإنفاق الاستهلاكي وإنما سيبقى منها فائض يمكن توجيهه إلى الادخار أو الاستثمار ..

إذا يمكن القول إنه '' إذا كانت الأسرة فقيرة وازداد دخلها الشهري بمقدار معين ، فإن ذلك يؤثر تأثيرا كبيرا في نمطها الاستهلاكي . أما إذا كانت الأسرة غنية وارتفع دخلها بالمقدار السابق ، فإن هذا التغيير البسيط لن يترتب عليه تغيير كبير في النمط الاستهلاكي .

وكما يؤثر الدخل على اختيار نوعية المنتج المشترى ، فإنه يؤثر أيضا على كميته ، حيث يتمكن ذوو الدخل المرتفع من الحصول على المنتجات التي يريدونها كما ونوعا وذلك لتوافر الأموال لديهم ، في حين يتمكن ذوو الدخل المحدود من تحقيق ذلك .

ويعني ذلك أن زيادة الدخل تؤدي إلى تمكن المستهلك من الحصول على منتجات أعلى جودة ، خاصة أن الجودة والسعر متلازمان في معظم الأحيان كما تمكنه هذه الزيادة من الحصول على منتجات أحداث وأعلى تقنية .

وبشكل عام فإن ارتفاع الدخل يوجد لدى أصحابه دوافع مختلفة . حيث يميلون لإشباع حاجات المكانة الاجتماعية والانتماء لطبقات اجتماعية معينه (خاصة أن الدخل لا يزال أحد المقاييس المعتبرة في تحديد الطبقة الاجتماعية) . ويظهر هذا جليا في ميل الأفراد ذوي الدخل المرتفع إلى الحصول على المنتجات الأجنبية ، والسلع المتميزة وذات العلامات التجارية الفارقة (السينية) ، وكذلك ميلهم لارتياد منافذ توزيع تكاد تكون خاصة بأفراد الطبقات العليا ، حيث لا يستطيع الشراء من المنتجات الموجودة فيها إلا ذو الدخل المرتفع .

وتؤدي التغيرات السلبية المفاجئة في الدخل دورا أساسيا في إيقاف قرارات شراء في مراحلها الأخيرة ، ومن أمثلة هذه التغيرات ضياع الأموال أو احتجازها أو ظروف البطالة المفاجئة ، وبالمقابل فإن ارتفاع الدخل يجعل القرار الشرائي أكثر سهولة بشكل عام ، حيث إن القدرة المالية العالية سوف تقلل من نسبة المخاطرة في الشراء، لأنها سوف تمكن المستهلك من الحصول على منتج آخر إذا ما صادف أن المنتج المشترى لا يتصف بالجودة المطلوبة ، أو ليس على المستوى المتوقع عند شرائه كذلك فإن العديد من القرارات التي تعتبر قرارات ممتدة بالنسبة لأصحاب الدخل المحدود ، تكون مجرد قرارات محدودة بالنسبة لأصحاب الدخل الأعلى .

وبصفة عامة يمكن القول : إن الارتفاع في الدخل يؤدي إلى التغير في سلوك الاستهلاك لدى الأفراد ، حيث يرتفع الإنفاق على كثير من الكماليات تتحول لتصبح ضروريات ، وكذلك الانخفاض في مستوى الدخل يؤدي إلى تغيير في سلوك الاستهلاك لدى الأفراد ، ففي حين تعتبر بعض الأسر في بعض الدول مكيف الهواء نوعا من الترف نجد أسرا أخرى تعتبره ضرورة لا يمكن الاستغناء عنها .

نتائج أبحاث ودراسات ميدانية لتحديد أثر الدخل على الإنفاق الاستهلاكي (٦):

قام عدد من الباحثين بدراسات ميدانية في دول مختلفة لتحديد أثر الزيادة في دخل الأسرة على الإنفاق الاستهلاكي فتوصلت تلك الدراسات إلى بعض المؤشرات العامة كما يلي :

أ _ أثر الزيادة في دخل الأسرة الأوروبية :

قام انجل engel بدراسة أثر دخل بعض الأسر في أوروبا على النمط الاستهلاكي لهذه الأسر ، وقد أسفرت هذه الدراسة عما يعرف بقوانين أنجل والتي تتمثل فيما يلي :

إن الزيادة في دخل الأسرة تؤدي إلى :

- زيادة الإنفاق على الغذاء ، ولكن نسبة أقل من نسبة الزيادة في الدخل ..
- زيادة الإنفاق على الكساء ، ولكن بنسبة ثابتة من الدخل ..
- زيادة الإنفاق على المسكن بنسبة ثابتة من الدخل ..
- زيادة الإنفاق على بعض البنود مثل : التعليم ، والترفيه ، والثقافة .. ولكن بنسبة أكبر من نسبة زيادة الدخل .

ب _ أثر الزيادة في دخل الأسرة الأمريكية :

أجريت دراسة مماثلة في الولايات المتحدة الأمريكية وكانت نتائجها كما يلي :

إن الزيادة في دخل الأسرة تؤدي إلى :

- زيادة الإنفاق على الغذاء ، لكن بنسبة أقل من نسبة الزيادة في الدخل .
- زيادة الإنفاق على الكساء ، ولكن بنسبة ثابتة من الدخل ..
- زيادة الإنفاق على المسكن ولكن بنسبة أكبر من نسبة الزيادة في الدخل .
- زيادة الإنفاق على بعض البنود الأخرى بنسبة أكبر من نسبة الزيادة في الدخل .

يتضح مما سبق موافقة هذه الدراسة الميدانية لقوانين engel جميعها ماعدا القانون الثالث ، وقد يرجع ذلك إلى زيادة دخل الأسرة الأمريكية قد يؤدي إلى انتقالها إلى مسكن أكبر وبالتالي يزداد الإنفاق على المسكن وبنسبة زيادة الدخل .

ج _ أثر الزيادة في دخل الأسرة المصرية :

وقد أجريت دراسات مماثلة في مصر أيضا ، وتبين منها أن زيادة دخل الأسر المصرية قد تؤدي إلى :

- زيادة الإنفاق على الغذاء لكن بنسبة أكبر من نسبة زيادة الدخل .
- زيادة الإنفاق على الكساء ، ولكن بنسبة ثابتة من الدخل ..
- زيادة الإنفاق على بعض البنود الأخرى بنسبة أكبر من نسبة الزيادة في الدخل .

ويلحظ هنا أن الزيادة المفترضة في الإنفاق على السكن لم تتم ،، وقد يرجع ذلك إلى تفاقم أزمة السكن في مصر ، حيث إن الانتقال إلى مسكن جديد لا يمكن أن يتم بمجرد زيادة عادية في دخل الأسرة ، وإنما يتطلب مسكن جديد لا يمكن أن يتم بمجرد زيادة عادية في دخل الأسرة .، وإنما يتطلب ذلك حدوث طفرة كبيرة في الدخل ، في ماعدا ذلك فإننا نرى موافقة هذه الدراسة لقوانين engel جميعها ماعدا القانون الأول ، وقد يرجع ذلك إلى أن بعض الأسر كانت دون مستوى الإشباع بالنسبة لحاجات أساسية منها الغذاء مما دفعها إلى الإنفاق عليها بنسبة اكبر من نسبة الزيادة في الدخل .

العوامل المؤثرة في درجة حساسية المستهلك(٧)

يؤكد الاقتصاديون وأخصائيو التسعير على وجود عوامل مهمة تؤثر في درجة حساسية المستهلك للسعر، ومثل هذه العوامل تعد مؤشرات هامة لابد أن يسترشد بها رجل التسويق المختص بالأسعار عند تحديده لهيكل السعر، وتتمثل أهم هذه العوامل فيما يلي:

١ - **تأثير القيمة الفريدة**: Unique Value Effect

عندما يكون المنتج الذي يرغب المستهلك بشرائه من المنتجات الفريدة، فإن المستهلك يكون أقل حساسية للسعر عند الشراء، والعكس صحيح إذا كان المنتج لا يختلف كثيراً من وجهة نظر المستهلك عن غيره من المنتجات المتاحة في السوق، فإن المستهلك يكون أكثر حساسية للسعر عند الشراء، لذلك فإن السعر سيلعب دوراً هاماً وكبيراً في التأثير على قرار المستهلك بالشراء.

٢ - **تأثير جودة المنتج** Product's Quality- Effect

عادة ما يكون المستهلك أقل حساسية لأسعار تلك المنتجات التي يرى أنها ذات جودة عالية وتمتاز بخصائص مميزة لا تتوفر في المنتجات الأخرى، والعكس صحيح، أي أن المستهلك يكون أكثر حساسية لأسعار المنتجات التي يرى أنها تمتاز بمستوى منخفض من الجودة. [٨]

٣ - **تأثير درجة المنفعة**: Benefit Effect

إن اختيار المستهلك للسلعة التي يرغب بشرائها يتوقف على مقدار وأهمية المنفعة التي يتوقع أن تحققها له هذه السلعة، إذ يكون المستهلك أقل حساسية لأسعار المنتجات التي يرى أنه يحصل منها على منفعة كبيرة، والعكس صحيح أي أن المستهلك يكون أكثر حساسية لأسعار المنتجات التي يرى أنه يحصل منها على منفعة أقل.

٤ - تأثير المعرفة بالبديل: Substitute Awareness Effect

عندما يكون المستهلك على علم ومعرفة ببعض البدائل المتاحة في السوق، فإنه سوف يكون أكثر حساسية للسعر والعكس صحيح، إذ أن المستهلك الذي يجهل الأنماط المشابهة للمنتجات في السوق فإنه سيكون أقل حساسية للسعر.

٥ - تأثير صعوبة المقارنة: Difficult Comparison

إذا كان المستهلك يواجه صعوبة في المقارنات السعرية بين البدائل المختلفة المتاحة أمامه فإنه يكون أقل حساسية للسعر والعكس صحيح، أي أن المستهلك يكون أكثر حساسية للسعر عندما تسهل عليه المقارنة السعرية بين المنتجات البديلة في السوق.

٦ - تأثير النفقات الكلية: Total Expenditure Effect

عندما تُمثِّل النفقات الكلية للمستهلك نسبة قليلة من دخله فعندئذ درجة حساسيته للسعر تقل والعكس صحيح، بمعنى أنه عندما تُشكِّل المنتجات المراد شراؤها نسبة عالية من دخل المستهلك، فإن إنفاقه سيكون كبيراً لذا فإن درجة حساسية المستهلك للسعر ستكون أكبر.

٧ - تأثير المنفعة النهائية: End-Benefit Effect

عندما يشتري المستهلك منتجاً وقد دفع فيه مبلغاً كبيراً من المال، فإن حساسيته لأسعار المنتجات المرافقة التي تستخدم معه تكون أقل كلما كانت النفقة الخاصة بالمنتج المرافق تمثّل جزءاً محدوداً من التكلفة الكلية للمنتَج الأساسي لأن التركيز الرئيسي قد وجِّه نحوه، فكلما كانت النفقة الخاصة بالمنتج المرافق تمثّل جزءاً أكبر من التكلفة الكلية للمنتج الأساسي زادت حساسية المستهلك لسعر هذا المنتج المرافق.

٨ - تأثير التكلفة المشتركة: Shared - Cost Effect

عندما يتم مشاركة التكلفة مع طرق آخر فعندئذٍ يكون المستهلك أقل حساسية للسعر مقارنة لتحمله التكلفة وحده والعكس صحيح، أي أن درجة حساسية المستهلك للسعر تزيد عندما يتحمل المستهلك عبء التكلفة منفرداً.

٩ - تأثير المخزون: Inventory Effect

عندما لا يستطيع المستهلك القيام بتخزين المنتج لديه فإنه يكون أقل حساسية للـــسعر، والعكـــس صــــحيح فعندما يستطيع المستهلك القيام بتخزين المنتج لديه فإنه يكون أكثر حساسية للسعر.

مما سبق نجد أن هناك العديد من العوامل التي تؤثر في درجة حساسية المستهلك تجاه سعر المنتج، الأمر الذي يتطلب من إدارة التسويق وتحديداً القسم الخاص بوضع الأسعار، التعامل بجدّية معها إضافة إلى ضرورة دراسة إدراك السعر واستجابة المستهلك له، ودراسة العلاقة بين حساسية المستهلك للسعر وسياسة التسعير المتبعة في المنظمة الاقتصادية، لأن السعر موجّه في النهاية إلى المستهلك وهو الذي سيقرر فيما إذا كان سيشري السلعة بهذا السعر المعروض أم لا، وإلاّ فإن ذلك من شأنه أن يتسبب بخسارة المنظمة الاقتصادية وفشلها.

المـــيـــول الســـلوكـــية (٨):

إن أحاسيس الفرد وميوله تعني موقفه السلبي أو الإيجابي تجاه أمر معين ، ميول الفرد لها علاقة وثيقة بالسلوك الاستهلاكي إذ إن الانطباعات التي يكونها المستهلك اتجاه السلع والخدمات والمؤسسات التجارية تحدد ما إذا كان الفرد سينظر بعين الرضا أو الرفض إلى هذه السلع والخدمات والمؤسسات . وإذا قمنا بتحليل مكونات السلوكية تبين لنا أن هناك ثلاثة أجزاء مكونة للميل أو الاتجاه :

١- **المكون الإدراكي** : وهو يعتمد على الطريقة التي يدرك بها الفرد المثير المعين ، أي نظرته الشخصية وتقييمه لهذا المثير .
٢- **المكون العاطفي** : أي العواطف الإيجابية أو السلبية تجاه المثير المعين والتي ينتج عن المكون الأول (الإدراكي) .
٣- **المكون السلوكي** : أي تصرف الفرد إزاء المثير _ فإذا افترضنا مثلا أن المستهلك اعتقد لسبب من الأسباب أن أجهزة {سانيو } للفيديو ليست بالجودة المطلوبة (مكون إدراكي) ، ولذلك تكونت لديه أحاسيس سلبية من جهة هذا الجهاز (مكون عاطفي) فإنه في حالة قيام الحاجة إلى مثل هذا الجهاز يمتنع المستهلك عن شرائه (مكون سلوكي) .

والميول السلوكية لا تصف بالاستقلال بل بالترابط ، بمعنى أن هذه الميول تتواجد في مجموعات متداخلة ومعقدة التركيب وتتبع نفس الاتجاه العام .

الأسباب الرئيسية لأزمة النظام المالي العالمي (٩):

إن تشخيص أسباب الأزمة هو مفتاح العلاج السليم ، فتصور الشيء تصويراً سليماً ودقيقاً ومحايداً وموضوعياً هو جزء من تقديم الحل السليم الموضوعي الرصين .

يقول علماء الاقتصاد العالمي ومنهم الذين حصلوا على جائزة نوبل فى الاقتصاد مثل موريس آلية : ((إن النظام الاقتصادي الرأسمالي يقوم على بعض المفاهيم والقواعد التي هي أساس تدميره إذا لم تعالج وتصوب تصويباً عاجلاً)) .

كما تنبأ العديد من رجال الاقتصاد الثقات أن النظام الاقتصادي العالمي الجديد يقوم على مبادئ تقود إلى إفلاسه .

ومما ذكروه من أسباب هذه الأزمة على حد آرائهم ما يلي :

أولاً : انتشار الفساد الأخلاقي الاقتصادي مثل : الاستغلال والكذب والشائعات المغرضة والغش والتدليس والاحتكار والمعاملات الوهمية وهذه الموبقات تؤدى إلى الظلم ، أي ظلم من أصحاب الأموال من الأغنياء والدائنين للفقراء والمساكين والمدينين وهذا سوف يقود إلى تذمر المظلومين عندما لا يستطيعون تحمل الظلم ، وسوف يقود ذلك إلى تذمر المدينين وحدوث الثورات الاجتماعية عند عدم سداد ديونهم وقروضهم .

ثانياً : من أسباب الأزمة كذلك أن أصبحت المادة هي الطغيان وسلاح الطغاة والسيطرة على السياسة واتخاذ القرارات السيادية في العالم وأصبح المال هو معبود الماديين .

ثالثاً : يقوم النظام المصرفي الربوي على نظام الفائدة أخذاً وعطاءً ويعمل في إطار منظومة تجارة الديون شراءً وبيعاً ووساطة ، وكلما ارتفع معدل الفائدة على الودائع كلما ارتفع معدل الفائدة على القروض الممنوحة للأفراد والشركات والمستفيد هو البنوك والمصارف والوسطاء الماليين والعبء والظلم يقع على المقترضين الذين يحصلون على القروض سواء لأغراض الاستهلاك أو لأغراض الإنتاج ويرى بعض الاقتصاديين أنه لا تتحقق التنمية الحقيقية والاستخدام الرشيد لعوامل الإنتاج إلا إذا كان سعر الفائدة صفراً وهذا ما قاله آدم سميث أبو الاقتصاديين (على حد رأيهم) ويرون أن البديل هو نظام المشاركة في الربح والخسارة لأنه يحقق الاستقرار والأمن ، وقالوا كذلك أن نظام الفائدة يقود إلى تركز الأموال في يد فئة قليلة سوف تسيطر على الثروة

رابعاً : يقوم النظام المالي والمصرفي التقليدي على نظام جدولة الديون بسعر فائدة أعلى ، أو استبدال قرض واجب السداد بقرض جديد بسعر فائدة مرتفع كما كان المرابون يقولون في الجاهلية : ((

أتقضى أم تُربى)) ، وهذا يلقى أعباء إضافية على المقترض المدين الذي عجز عن دفع القرض الأول بسبب سعر الفائدة الأعلى .

خامساً : يقوم النظام المالي العالمي ونظام الأسواق المالية على نظام المشتقات المالية والتي تعتمد اعتماداً أساسياً على معاملات وهمية ورقية شكلية تقوم على الاحتمالات ، ولا يترتب عليها أي مبادلات فعلية للسلع والخدمات ، فهي عينها المقامرات والمراهنات التي تقوم على الحظ والقدر ، والأدهى والأمر أن معظمها يقوم على إئتمانات من البنوك في شكل قروض وعندا تأتى الرياح بما لا تشتهى السفن ينهار كل شيء وتحدث الأزمة المالية .

سادساً : من الأسباب كذلك سوء سلوكيات مؤسسات الوساطة المالية والتي تقوم على إغراء الراغبين (محتاجي) القروض والتدليس عليهم وإغرائهم والغرر والجهالة بالحصول على القروض من المؤسسات المالية ، ويطلبون عمولات عالية في حالة وجود مخاطر ، والذي يتحمل تبعة ذلك كله هو المقترض المدين الذي لا حول له ولا قوة وهذا ما حدث فعلاً وهذا يقود في النهاية إلى الأزمة .

سابعاً : يعتبر التوسع والإفراط في تطبيق نظام بطاقات الائتمان بدون رصيد (السحب على المكشوف) والتي تحمل صاحبها تكاليف عالية وهذا من أسباب الأزمة ، وعندما يعجز صاحب البطاقة عن سداد ما عليه من مديونية ، زِيدَ له في سعر الفائدة وهكذا حتى يتم الحجز عليه أو رهن سيارته أو منزله ، وهذا ما حدث فعلاً للعديد من حاملي هذه البطاقات وقادت إلى خلل في ميزانية البيت وكانت سبباً في أزمة في بعض البنوك الربوية .

كيف حدثت أزمة الرهن العقاري(١٠)

أزمة الرهن العقاري هي أزمة مالية خطيرة ظهرت على السطح فجأة، فجرها في البداية تهافت البنوك على منح قروض عالية المخاطر، وبدأت الأزمة تكبر ككرة الثلج لتهدد قطاع العقارات في الولايات المتحدة ثم البنوك والأسواق المالية العالمية لتشكل تهديدا للاقتصاد المالي العالمي.

كيف حدثت؟

١- شجع الازدهار الكبير لسوق العقارات الأميركية ما بين عامي ٢٠٠١-٢٠٠٦، البنوك وشركات الإقراض على اللجوء إلى الإقراض العقاري مرتفع المخاطر، وهو منح مقترضين القروض بدون ضمانات كافية، وبمخاطر كبيرة مقابل سعر فائدة أعلى، والهدف هو تحقيق أكبر قدر ممكن من الأرباح لمؤسسات الإقراض.

٢- توسعت المؤسسات المالية الكبرى في منح القروض للمؤسسات العقارية وشركات المقاولات والتي زادت عن سبعمائة مليار دولار.

٣- أدى ارتفاع سعر الفائدة إلى تغيير في طبيعة السوق الأميركية، تمثل في انخفاض أسعار المنازل، وتزايد عدد العاجزين عن سداد قروضهم العقارية في الولايات المتحدة.

٤- ظهرت بوادر الأزمة على السطح بشكل جلي مع بداية عام ٢٠٠٧، وذلك مع تزايد حالات التوقف عن الدفع، وزيادة ظاهرة استيلاء المقرضين على العقارات، وكثرة المواجهات بين المقترضين والبنوك.

٥- بلغ حجم القروض المتعثرة للأفراد نحو مائة مليار دولار.

٦- زاد عدد المنازل المعروضة للبيع بالولايات المتحدة ٧٥% عام ٢٠٠٧، حيث بلغ عددها ٢,٢ مليون، وهو ما يمثل نحو ١% من عدد المساكن بالولايات المتحدة كلها.

٧- ضعفت قدرة البنوك على تمويل الشركات والأفراد، الأمر الذي أدى إلى انخفاض الإنفاق الاستثماري والاستهلاكي، وهدد بحدوث كساد.

٨- أدى ارتباط عدد كبير من المؤسسات المالية خاصة في أوروبا وآسيا بالسوق المالية الأميركية إلى انتقال أزمة الرهن العقاري من الولايات المتحدة إلى القارة الآسيوية والأوروبية، لتتطور إلى أزمة أكبر باتت تعرف بالأزمة المالية العالمية.

محاولات للإنقاذ

١- البنوك المركزية العالمية في الولايات المتحدة وأوروبا وآسيا ضخت نحو ٣٢٦ مليار دولار في نظمها المالية، لحماية النظام المالي العالمي من الانهيار.

٢- وافق مجلس الشيوخ الأميركي على مشروع قانون لحماية ملاك العقارات يوفر ثلاثمائة مليار دولار تستخدمها إدارة العقارات الاتحادية لإعادة تمويل قروض الرهن العقاري، الخاصة بملاك العقارات.

٣- قرر مجلس الاحتياطي الاتحادي (البنك المركزي الأميركي) تخفيض أسعار الفائدة الأساسية بنسبة ٠,٧٥% دفعة واحدة، لتصل إلى ٣,٥%، لمواجهة الاضطرابات المتزايدة في أسواق المال العالمية. ثم جرى التخفيض تدريجيا إلى ٢%.

٤- في أوروبا اتفقت حكومات هولندا وبلجيكا ولوكسمبورغ على استثمار مبلغ ١١,٢ مليار يورو في مؤسسة "فورتيس" للخدمات المالية، وهو ما يعني عمليا تأميمها.

٥- اتفقت عشرة مصارف دولية على إنشاء صندوق للسيولة برأسمال سبعين مليار دولار لمواجهة أكثر حاجاتها إلحاحا، في حين وافقت المصارف المركزية على فتح مجالات التسليف.

تداعيات الأزمة

١-إفلاس عدد من شركات الإقراض العقاري الأميركية مثل (نيو سينتشري فايننشال كوربوريشن"، و"أميركان هوم مورغيج انفستمنت).

٢-لجوء الكثير من الشركات العقارية إلى تسريح عدد كبير من موظفيها، ومن بين هذه الشركات شركة كانتري وايد، كبرى مؤسسات القروض العقارية في الولايات المتحدة، التي قررت تسريح خمس موظفيها بواقع ١٢ ألف

وظيفة لمواجهة نحو ١,٢ مليار دولار من الخسائر التي لحقت بها جراء أزمة الرهن العقاري.

٣- ما بين مليونين إلى ثلاثة ملايين أميركي يواجهون خطر فقدان منازلهم.

٤- شركة (ميريل لينش) الاستثمارية الأميركية تتكبد خسائر بقيمة ١٤,١ مليار دولار.

٥-بنك أوف أميركا يشتري بقيمة أربعة مليارات دولار بنك كنتري وايد أكبر ممول للرهن العقاري في الولايات المتحدة، في خطوة من شأنها تفادي حدوث واحدة من أكبر حالات الانهيار في أميركا جراء أزمة الإسكان.

٦- تدهورت البورصات أمام مخاطر اتساع الأزمة، بينما أعلنت عدة مصارف كبرى عن انخفاض كبير في أسعار أسهمها.

٧- قررت جميع البنوك الأوروبية تجميد صناديقها العاملة في المجال العقاري في الولايات المتحدة،، حيث جمد بنك (بي إن بي باريبا) أكبر بنك فرنسي مدرج بالبورصة استثمارات قيمتها (٢,٣) مليار دولار.

٨- بنك (أي كي بي إنادستري) الألماني تكبد خسارة تقدر بـــ ٩٥٤,٨١٨ مليون دولار.

٩- أقدمت الحكومة البريطانية على تأميم بنك "نورذرن روك" للتمويل العقاري لمنع اشهار إفلاسه، وهي المرة الأولى منذ سبعينيات القرن الماضي التي يتم فيها تأميم شركة بريطانية.

١٠- بنك جي بي مورغان تشيز أعلن شراء بنك الأعمال الأميركي "بير ستيرنز" بسعر متدن مع المساعدة المالية للاحتياطي الاتحادي.

١١- باعت مؤسسة سيتي غروب ٧,٥ مليار دولار من السندات إلى هيئة استثمار أبو ظبي الإماراتية الحكومية.

١٢- خسائر مصرف بنك كريدي سويس السويسري سجلت أرقاما قياسية.

١٣- الحكومة اليابانية تعلن أن خسائر مؤسساتها المالية نتيجة لأزمة قروض الرهن العقاري تضاعفت إلى ٥,٦ مليارات دولار بالأشهر الثلاثة الأخيرة من العام الماضي.

أزمة الرهن العقاري الأميركي... ما انعكاساتها على العالم العربي؟(١١)

مع استمرار خفض الفائدة على الدولار في الوقت الذي يستمر فيه التضخم في البلدان العربية، فقد أصبح سعر الفائدة المرتبطة بالدولار غير مجز ولا يشجع على الادخار.

انعكست أزمة الرهن العقاري في الولايات المتحدة على مجمل الاقتصاد الأميركي، بل الأكثر من ذلك امتداد تأثيراتها إلى إسبانيا وبعض دول الاتحاد الأوروبي، وإلى حد ما بريطانيا، فضلاً عن انعكاسها أيضاً على معدلات أسعار الفائدة وقيمة الدولار كعملة سائدة في سوق العملات الدولية.

لقد تحوّل الاقتصاد الأميركي خلال إدارة الرئيس جورج دبليو بوش (2008 -2000) من اقتصاد يحقق معدلات نمو عالية ويحصل على فوائض مالية كبيرة وعملة قوية نسبياً، إلى حالة نمو متدنية، بل أصبح يعاني اختلالات إضافة إلى عجزٍ مالي، ناهيكم عن تدهور سعر الدولار.

لقد كان للمغامرات العسكرية، لاسيما غزو أفغانستان واحتلال العراق دور كبير في زيادة حجم الإنفاق، الذي وصل حسب بعض التقديرات إلى ٣ تريليونات دولار، الأمر الذي حوّل الفوائض المالية إلى عجوزات ومديونيات، ناهيكم عن الاختلالات، وهو ما دفع إلى تخفيض قيمة العملة لمعالجة مشكلة العجز وارتفاع المديونية، ومنذ عام بدأت أزمة الرهن العقاري في الولايات المتحدة حتى الآن، دافعة بالاقتصاد الأميركي إلى المزيد من التدهور.

تعود أزمة الرهن العقاري إلى سنوات خلت، عندما حاول البنك المركزي الأميركي تنشيط الاقتصاد من خلال خفض سعر الفائدة، الأمر الذي شجع المواطنين على الاقتراض. ولقد لعبت البنوك دوراً كبيراً في تسهيل مهمة تشجيع الأفراد على الاقتراض، لاسيما في مجال شراء المنازل ودور السكن الخاصة، وقد سبب عدم التأكد من القدرة على السداد، لا سيما الرهن العقاري لعدم كفايته لضمان تسديد التسهيلات أزمة كبيرة، وقد أعادت البنوك هيكلة القروض على شكل سندات سعت إلى تسويقها بفوائد مجزية، حتى تفجرت الأزمة، خصوصاً عندما ارتفعت أسعار الفائدة، الأمر الذي ساهم في ارتفاع تكاليف تسديد القروض، حيث بدأت حالات العجز عن السداد، واضطرت البنوك إلى بيع مساكن الأفراد العاجزين عن التسديد، لتغطية الخسائر، وقد ساهم هذا الأمر في زيادة العرض فانخفضت أسعار المنازل وارتفعت خسائر البنوك، لاسيما التي منحت قروضاً عقارية واسعة، مما خلق أزمة سيولة مالية وارتفاع تكاليف الاقتراض.

وكانت أهم البنوك قد تورطت في ذلك مثل؛» سيتي بنك» و«ميريل ليينش»، واضطرت إلى إعلان خسائرها التي بلغت مليارات الدولارات، الأمر الذي عظّم من أزمة الاقتصاد الأميركي، حيث تدخلت السلطات هناك لمنع الانهيار وللتخفيف من أعباء الأزمة. وكان لهذا الأمر علاقة وطيدة بالارتفاع الكبير والمتسارع في أسعار موارد الطاقة وأسعار المواد الأولية والمواد الغذائية، لاسيما مع تعاظم أهمية اقتصاديات البلدان النامية.

لقد ارتفع سعر النفط منذ عام ٢٠٠٣ بوتيرة متصاعدة، وزادت في الوقت نفسه أسعار المواد الأولية الداخلة في الصناعة أو البناء وكذلك الحديد والألمنيوم والنحاس والأسمنت وغيره، خصوصاً مع ارتفاع الطلب عليها، كما ارتفعت أسعار المواد الغذائية مثل الأرز والقمح والذرة، لاسيما بفعل ظروف مناخية غير مواتية واستنفاد

المساحات الزراعية القابلة للزراعة في بعض المناطق.

ولعل ارتفاع الأسعار لم يكن سببه المبيّن في أعلاه فحسب، بل يعود إلى محاولات بعض الدول الصناعية تحويل استخدام بعض هذه المواد مثل الذرة إلى وقود حيوي بديل للبترول،أيضاً، وهو ما أدى إلى نقصان كبير في المواد المعروضة، وإذا ما ربطنا ما ذكر بتحسن مستوى المعيشة في كثير من البلدان النامية التي حققت معدلات نمو كبيرة مثل الصين والهند، فإننا نستطيع أن ندرك كيف ساهم ذلك في ارتفاع الأسعار !

لقد انعكست البيئة الاقتصادية الدولية على الاقتصاديات العربية، لاسيما في السنوات القليلة الماضية، حيث ازداد الطلب على النفط مما أدى إلى ارتفاع أسعاره ليناهز الـــ١٣٠ دولاراً للبرميل الواحد، وقد وفّرت هذه التطورات للدول العربية إيرادات مالية هائلة ساهمت في زيادة الإنفاق على الكثير من المشاريع الإنتاجية والعقارية ومشاريع مرافق البنية الأساسية، وكذلك ساعدت في بناء احتياطات أجنبية مهمة في دول الخليج العربي إضافة إلى مصر والجزائر، وتمكنت من تكوين احتياطات مالية كبيرة، حيث تقدّر اليوم بنحو ٣٠ مليار دولار في مصر، في حين بلغت احتياطات الجزائر ما يزيد على ١٠٠ مليار دولار.

تعود مناسبة الحديث عن مسألة الرهن العقاري إلى أحد محاور مؤتمر سنوي متخصص دعا إليه مركز الخليج للدراسات في الشارقة (٧- ٨ مايو ٢٠٠٨) وعقد هذا العام تحت عنوان «العرب في بيئة دولية متغيّرة»، حيث تحدث الخبير الاقتصادي د. جاسم المنّاعي مدير عام ورئيس مجلس إدارة صندوق النقد العربي، فأشار إلى جانب إيجابي لأزمة الرهن العقاري الأميركي على البلدان العربية، خصوصاً بسعي بعضها للتخلص من المديونية أو انخفاضها إلى مستويات كبيرة، وإلى ارتفاع معدلات النمو التي بلغت ١٠% في الخليج سنوياً و٧% في مصر، وازدياد حجم التجارة البينية إلى 15% سنوياً .

و يجدر الإشارة إلى أن صناديق الثروات السيادية في الخارج التي تتمتع بضمانة الأموال، أصبحت عنصراً مؤثراً في الدول الصناعية ذاتها، ناهيكم عن توجّه بعض الدول الآسيوية إلى تطوير العلاقات الاقتصادية مع الدول النامية ومنها الدول العربية في مجال النفط ومنتجات البتر وكيماويات والألمنيوم وزيادة الاتصالات والتعاون التجاري والسياحي والخدمي .

إن أهم التحديات التي تواجه العالم العربي من الناحية الاقتصادية تتلخص في مشكلة التضخم التي تفوق مثيلاتها عالمياً والذي يتراوح بين ١٤-١٠% في حين تعاني أوروبا وأميركا تضخماً محدوداً ٤-٣%، وينعكس ذلك في أسعار المحروقات وأسعار العقارات ومواد البناء والمواد الغذائية، لمواجهة تعاظم سعر النفط ومشتقاته وارتفاع الأسعار العالمية.

وقد زاد من تعقيد هذه المشكلة وجود سيولة عالية ورغبة كبيرة في الإنفاق بسبب ارتفاع الأسعار العالمية للنفط، الأمر الذي أدى إلى اشتعال الأسعار على نحو غير مسبوق، وإذا ما أخذنا ارتباط عملات البلدان العربية بالدولار الذي انخفض كثيراً، سنلاحظ ضعف القدرة الشرائية لهذه العملات، وقد تأثرت البنوك إلى حد ما بأزمة الرهن العقاري، في ضوء تداعيات أزمة الرهن العقاري الأميركية على العالم العربي، حيث انعكست سلباً على اقتصاديات البلدان العربية، لاسيما بعد اضطرار أميركا إلى تخفيض سعر الفائدة للتخفيف من الأزمة وتجنب

الركود، ومع استمرار خفض الفائدة على الدولار في الوقت الذي يستمر فيه التضخم في البلدان العربية، فقد أصبح سعر الفائدة المرتبطة بالدولار غير مجز ولا يشجع على الادخار.

أثر الوضع الاقتصادي في ثقافة المستهلك

قبل حدوث أزمة الرهن كان المواطن الغربي يشترى أي شيء بواسطة كرت الائتمان والقروض الذي يستطيع الحصول عليها من البنوك أي أنه لا يحمل هم حتى تسديد الإقساط لأنها ميسرة ووجود مهلة مرنة ومناسبة وفرص تسديد كبيرة في المجتمع وإذا ضاق به الحال فانه لا يردعه شيء من التحايل بالهروب أو السرقة أو التزوير . ونجد أن الطبقة المتوسطة تستطيع الحصول على مسكن مناسب ومركب جديد أما بعد الأزمة فان الأمر أصبح متغير نظرا لتغير الحالة الاقتصادية العالمية المؤثرة في قرار الاستهلاك كما تم توضيحها أعلاه بالإضافة إلى ذلك سوف تستعرض أقوال وأراء المختصين في عالم الاقتصاد في المواضيع التالية :

ترشيد ثقافة الاستهلاك وتنمية عادة الادخار.... (١٢)

توفير ٣٠% من المصاريف ممكن

لا يكاد يشك أحد ممن يعرف مجتمعنا جيداً أن ثقافة الاستهلاك طاغية علينا بشكل مزعج، حتى أصبحت من عاداتنا الراسخة التي نمارسها يومياً بلا شعور ويزيد تفاقمها مع الزمن .

إن ثقافة الاستهلاك، بل الإسراف، أصبحت ظاهرة في مجتمعنا السعودي ولها شواهد كثيرة منها :

-سعة منازلنا مقارنة بعدد الأسرة في المنزل، خاصة إذا وضعنا في الحساب زواج البنات والأولاد ورحيلهم عن هذا المنزل الواسع المتعدد الغرف والمجالس والصالات .

إذ يسكن الأوروبي والأمريكي والياباني مع أسرهم - وهم أغنى شعوب الأرض بالمقياس الدائم - في شقق صغيرة مناسبة، فإن معظمنا - نحن السعوديين نسكن في فلل من دورين أو ثلاثة و(بدروم = قبو) أحياناً.. وهذا يكلف الكثير أولاً في توفير المسكن ثم بشكل دائم في صيانته وما يصرف من ماء وكهرباء وما يحتاج من خدم ومفروشات فضلاً عن مساوئ تمدد المدن وما تكلفه من تمدد الخدمات .

-معظمنا نطبخ أكثر مما نأكل، وكثير منا يطبخ ضعف حاجة الأسرة، وينتهي الأمر بالفائض الكبير من تلك النعم إلى المزابل، وهذا يرهق ميزانية الأسرة، ويهدر الموارد، ويكلف البلديات المسؤولة عن نظافة المدن، ويرفع أسعار المواد الغذائية لأن الطلب يتضاعف وهو ليس كله طلب حقيقي بل هو مجرد عادة مكلفة تنتهي في براميل الزبالة، حتى الفواكه يخرب أكثرها قبل أن تؤكل !

-ولائمنا وزواجاتنا عجب العجاب في بذخها وإسرافها .

-الصيانة لدينا - دون شعوب الأرض - تقوم على تبديل قطعة الغيار بجديدة، ولو كانت الأولى قابلة للإصلاح بعشر قيمة الجديدة، قطع غيار السيارات والمكيفات وجميع الأجهزة بما في ذلك صيانة دورات المياه والكهرباء .

شعوب الأرض الأخرى لديها ورش متخصصة في إصلاح الخلل الذي يصيب القطعة أما نحن فنرميها ونشتري جديدة بأبهظ الأثمان خاصة أن الوكلاء محتكرون ويبيعون القطع بأضعاف ثمنها ويربحون منها الذهب .

-أسفارنا في الصيف خاصة، وطول السنة عامة، من أكثر الأسفار وأقلها تدبيراً وبرمجة وتخطيطاً مسبقاً، وقد سمعت الأستاذ مهيدب المهيدب رئيس قسم السياحة والسفر في الغرفة التجارية يقول عبر قناة C.N.N العربية إن عدم التخطيط للسفر بشكل مبكر وإجراء الحجوزات في الطيران والفنادق بشكل مبكر عادة لدى معظم السعوديين وأن هذا يكلفهم ثلاثين في المئة زيادة على الذين يخططون لسفرهم بشكل مبكر .

كما أن كثرة السفر ظاهرة لافتة مسرفة تستنزف المليارات، والسائح السعودي ينفق أكثر من السائح الغربي بكثير ويحصل على خدمات وترفيه أقل .!

-إنفاق المرأة السعودية على الأزياء والعطور وأدوات التجميل يتفوق على جميع نساء العالم ولا فخر !

-الثرثرة في الجوال صارت عادة، وهدر الماء والكهرباء أمرٌ سائد، وشراء ما لا نحتاج له صار ظاهرة، لأن أكثر السعوديين والسعوديات يرون في المراكز التجارية والشراء والتبضع تسلية وطرداً للملل !!

هذه بعض ظواهر الإسراف في مجتمعنا وهي - بحق - ظواهر مدمرة لأي اقتصاد، اقتصاد الأسرة والأمة، وعوائد النفط ليست بدائمة فهو مصدر ناضب، والإسراف مكروه مهما زانت الظروف (إن الله لا يحب المسرفين).. وكان من نتيجة هذا قلة الادخار وانعدامه لدى كثيرين بل ركبتهم الديون والقروض الشخصية لمجرد شراء سيارة جديدة مع أن السيارة المتروكة جيدة وتعيش في البلدان الأخرى أضعاف عمرها عندنا .

إن ثقافة الاستهلاك عندنا عادة قديمة تأصلت فينا، وصاحبتها عادات أخرى تغذي الإسراف مع الزمن، والعادات القديمة لا تموت إلا بجهاد وصعوبة .

إنَّ علماءنا الأفاضل وخطباء المساجد والمدرسين ووسائل الإعلام مدعوة إلى تنبيه الناس إلى خطورة ما يمارسونه من إسراف، ودعوتهم إلى الرشد والرشاد، وحسن التدبير، وترشيد الإنفاق، فالرشد مشتق من العقل وضده الحماقة والحمق .

إن الادخار ضرورة للأسرة وللمجتمع وللاقتصاد بشكل عام، فالمشاريع الصغيرة والكبيرة لا تقوم إلا على أموال المدخرين، فتتحول إلى استثمار ينمو ويتضاعف مع الزمن ويوفر للأسرة دخلاً إضافياً ويوفر للمجتمع والوطن المزيد من فرص العمل وتنويع الدخل وزيادة الإنتاج وتجويده والتنافس الصحي .
الإسراف حماقة والادخار عقل وحصانة.

أثر العولمة في ثقافة الاستهلاك (١٣):

إن هوس الاستهلاك الذي أصاب المجتمعات في زمن العولمة، أوحى للبعض ولأول وهلة، بأن هذا النظام الجديد الذي استطاع كسر الحواجز ورفع الحدود، قد خلق ظروفا جديدة تؤمن مستوى معيشيا أفضل، مليئا بالفرص والحظوظ للناشطين والعاملين، موفرة لهم سلعا وبضائع حسب اختياراتهم وأذواقهم واحتياجاتهم، وبأسعار مناسبة من خلال المنافسة بين المنتجين ضمن اقتصاد السوق وقانون العرض والطلب، وبأن ذلك هو المنظم الأمثل للحياة الاقتصادية، والضامن الوحيد والأكيد للتقدم والرخاء والازدهار.

هجوم غير مسبوق للدعاية والإعلانات

ومن أجل الاستهلاك تم توظيف كافة الإمكانيات التي تخدم هذه الغاية من وسائل سيكولوجية وترغيبية ومن خلال غسل الأدمغة وسلب الإرادات بهجوم غير مسبوق للدعاية والإعلانات التي تلاحق الجميع في كل زمان ومكان. ومن اجل الاستهلاك تم إخضاع تغييرات الكم والكيف والنوع ؟ لخدمة هذه العملية ضمن تحديد المجموعات الاستهلاكية المقصودة كأهداف ففي حين تطرح في الأسواق كميات كبيرة لبضائع ذات نوعية رديئة للمجموعات البشرية ذات الدخل المحدود أو الفقيرة والتي لا تخدم طويلا يضطر المستهلك معها إلى شرائها من جديد ومن جديد نجد إن البضائع ذات النوعية الجيدة تقصد المجموعات الميسورة والثرية غير أن هذه البضائع تكون خاضعة لتغيرات الموضة فالأثرياء كذلك مضطرون لتبديلها حسب هذه المعايير.

ابتداع المناسبات والأعياد

وتم أيضا ترسيخ ثقافة الاستهلاك من خلال ابتداع المناسبات والأعياد التي يصبحها تبادل الهدايا الإجبارية أو الاستهلاكية ذات الطابع الاحتفالي كالفانتين والهولوين وغيرها من التقليعات وتم كذلك ترسيخ عملية استخدام أو استعمال السلعة لمرة واحدة وما يصاحبها من هدر للثروات الطبيعية وتدمير للبيئة واستنفاد لطاقات العمل ضمن هذه الثقافة المستشرية فكثرت مطاعم الأكل السريع ؟ فاست فود ؟ التي تدعم استهلاك المواد الغذائية والمشروبات يتناولها الناس وخاصة الأطفال منهم حتى من دون جوع أو عطش محفزين بهدايا والعاب تعطى مع الوجبات المليئة بالدهون والسكر وما يترتب عليها من مشاكل صحية مستقبلية تتمثل في السمنة والأمراض المزمنة المعروف منها وغير المعروف كل ذلك فرضته ثقافة الاستهلاك التي لا تخدم سوى عملية الربح.

السياحة في مجتمع معولم (١٤)

السياحة ارتبطت بمصطلح آخر هو الحداثة، وهو المصطلح الذي بدأ بالتطور منذ القرن السابع عشر ليدلل على عدد من الأفكار الاجتماعية التي رافقت الثورة الصناعية التي أدت لأن تصبح الحياة الاجتماعية مرتبطة بنوع عمل الإنسان والمؤسسات الاقتصادية أكثر منه بنمط حياة عائلته ومكان ولادته الأصلي، إن نمط العمل وفق عدد ساعات معين، ووجود ساعات العمل المدفوعة الأجر، وتطور وسائل المواصلات أدى إلى تطور فكرة السياحة والانتقال، وهذا أدى لنمو فكرة الفنادق وبيوت العطلات على نحو أوسع، وكانت السياحة في البداية نمطا للتمايز الطبقي والاجتماعي بين الناس، ولكن الهرب من الحداثة نفسها شكل فكرة رئيسية في السياحة، فنمط الإنتاج

الصناعي أوجد فكرة شعور الإنسان بالاغتراب داخل مجتمعه وبأنه أصبح جزءا من الآلة ومن عملية إنتاج ونمط حياة مغلق يعزله عن محيطه الاجتماعي، وهو ما سمي عادة بالتشيّؤ "تحول الإنسان إلى شيء "لذا شكل الهروب للطبيعة ولمجتمعات غير صناعية وتتمتع بما سمي بالأصالة، أو بأنها مازالت في طور ما قبل الحداثة عاملا رئيسيا في ظاهرة السياحة. وجاء بناء المنتجعات السياحية وقرى العطلات جزءا مهما من السياحة وجزءا من خلق السلع في إطار السياحة، ولكن عصر العولمة، أو ما يسمى بعصر "ما بعد الحداثة"، أدى لتغيرات هامة في أنماط السياحة، فبعدما كانت الرحلات المنظمة عبر مجموعات سياحية وشركات ولفترات غالبا ما تكون لأسبوعين تشمل رزمة كاملة من الرحلات والترفيه والطعام والإقامة، أدت سهولة المواصلات وثورة المعلومات والاتصالات إلى أن يزداد عدد الذين ينظمون رحلاتهم السياحية بشكل فردي، فمثلا عام ١٩٦٥ كانت نسبة السياح الذين يعتمدون على تدبر أمور طعامهم بأنفسهم لا عبر شركات السياحة هو ١٨% أما عام ١٩٩١ فأصبح ٦٣%، وتراجعت فكرة عطلة الأسبوعين لصالح عطل أقصر وبالتالي تراجعت فكرة المنتجع السياحي لصالح التنقل في أماكن عديدة وأجبر هذا تلك المنتجعات والفنادق للتحول لخدمات أخرى مثل استضافة المؤتمرات وكازينوهات .

ترشيد الاستهلاك.. درس لم يستوعبه العرب رغم الأزمة المالية (١٥)

في الوقت الذي تطالعنا فيه الصحف الأجنبية ووكالات الأنباء عن أن الأزمة المالية العالمية كان لها دور في كبح جماح المستهلك الأوروبي وكذلك الأمريكي، الذي كان يعد الأضخم استهلاكا في العالم، لا تزال دولنا العربية للأسف تعاني من مرض الإنفاق الاستهلاكي، الذي هو بمثابة قنبلة اقتصادية موقوتة ستنفجر لتدمر الاقتصاد إن آجلا أو عاجلا.

وإذا كان هذا التوجه العالمي قد ساعد في تبنيه سياسة اعتمدتها البنوك لجأت إليها مضطرة بعد أن تسببت القروض الاستهلاكية في إحداث الأزمة، فإن الغريب أن البنوك بالدول العربية لا تزال تسير في هذا الطريق المدمر، وأصبح التسابق بينها محموما في تسويق منتجاتها المصرفية، وفي مقدمة ذلك بطاقة الائتمان، التي أصبحت تحاصر المواطن العربي من خلال سعي مندوبي المبيعات بالبنوك إلى استخدام سياسة النفس الطويل والقصير حتى تجعل من المواطن أسيرا لتلك البطاقات وما يترتب عليها من سير الفرد في حلقة مفرغة من الديون لا ينفك عنها.

فالمواطن العربي لا يكاد يذهب إلى عمله إلا ويجد لقاء حميما أو اتصالا هاتفيا ينتظره من مندوب أحد البنوك ليقنعه بالحصول على بطاقة ائتمانية أو قروض شخصية وتمويلات بمزيد من الإغراءات والشروط الميسرة لشراء سيارة أو شراء سلع استهلاكية معمرة وغيرها، وكأن خزائن البنك قد فتحت من أجله.

ولم يتوقف الأمر على البيع الشخصي من خلال مندوبي المبيعات، بل يتم جر المستهلك إلى هذا النمط من الإنفاق بكل السبل، فأبرز المآخذ التي يضعها الاقتصاديون على قانون إدارة الأصول المزمع إصدارة بمصر، والذي سيمنح المصريون من خلاله أسهما من شركات القطاع العام، أنه سيساعد على نشر الثقافة الاستهلاكية، فالمواطن قد يلجأ إلى بيع هذه الأسهم من أجل الحصول على سلع غير ضرورية.

أنفق ما في الغيب

هذه الإستراتيجية غيرت من النمط الاستهلاكي للمستهلك العربي، ولم تعد العبارة غير المرغوبة "أنفق ما في الجيب يأتيك ما في الغيب" هي السائدة، بل تعدت طموحات المستهلك لما هو أكبر وأبعد من ذلك بكثير، حيث أصبحت رؤيته "أنفق ما في الغيب" أملا في حدوث زيادة في دخله، وهو ما ساهم في سيادة ثقافة الاستهلاك غير الرشيد.

فعلى سبيل المثال كشف تقرير صادر في يونيو ٢٠٠٨ عن دائرة التخطيط والاقتصاد في إمارة أبو ظبي أن حجم الإنفاق الاستهلاكي الخاص (العائلي) وصل إلى ٣٢٠ مليار درهم، يشكل ما يقارب من نصف الناتج المحلي الإجمالي لدولة الإمارات العربية المتحدة بعد أن ارتفع بنسبة ١٢٢% خلال السنوات الخمس الماضية من ١٤٤ مليار درهم عام ٢٠٠٢ إلى ٣٢٠ مليار درهم عام ٢٠٠٧ بمتوسط معدل نمو سنوي بلغ ١٨%، وهو ما يعادل أكثر من ضعف معدل النمو الاقتصادي الحقيقي للدولة خلال الفترة نفسها.

وأظهر التقرير أن نتائج المسح الميداني حول دخل وإنفاق الأسر في إمارة أبو ظبي خلال العام الماضي وحتى نهاية الربع الأول من هذا العام أظهرت الميول الاستهلاكية لدى أفراد المجتمع حيث تستقطع نحو ٦٠% من دخل الأسر، بينما ترتفع هذه النسبة إلى ٨٧% تقريبا لدى الأسر التي يقل دخلها الشهري عن ١٠ آلاف درهم.

ثقافة سلبية

هذه الثقافة السلبية خاصة في ظل تفشي الطاعون المالي العالمي سوف تؤدي إلى مخاطر لا يقتصر أثرها على الجانب الاقتصادي فقط، بل يمتد للجانب الاجتماعي والسياسي والشرعي، فعلى مستوى المخاطر الاقتصادية تؤدي سيادة ثقافة الاستهلاك إلى انهيار المقومات الأساسية للنمو ممثلا في الادخار والاستثمار، فالدخل القومي هو محصلة الاستهلاك والادخار، وزيادة الاستهلاك سوف تكون بالطبع على حساب الادخار الذي يساعد على زيادة التكوين الرأسمالي مما يساعد بدوره على زيادة الإنتاج والتشغيل، ومن الحقائق الثابتة أن البلدان ذات الادخار المرتفع قد نمت بصورة أسرع من البلدان ذات الادخار المنخفض، كما أن التسليم بتعظيم الاستهلاك كهدف رئيس في حياة الفرد يحول بينه وبين التضحية من أجل الآخرين، وهو الأمر الذي ينعكس أثره سلبا على نصيب الأجيال القادمة من الموارد، وفي نهاية المطاف لا يسلم أداء السوق والحكومة من التأثير السلبي لذلك الاستهلاك.

كما أن سيادة ثقافة الاستهلاك تؤدي إلى تضاعف الحاجات البشرية وتجاوزها قدرة الموارد المتاحة على تلبيتها، وهو ما يعني مزيدا من ارتفاع الأسعار، فضلا عن خلق بيئة غير صحية أمام المنتج المحلي مما يعرضه للانهيار، مما يكرس مفهوم التبعية والاعتماد على الغير بديلا عن الاعتماد على الذات.

ولا يقل الأمر خطورة في الجانب الاجتماعي، فهجوم الثقافة الاستهلاكية يؤدي إلى مخاطر اجتماعية على الأسرة يأتي في مقدمتها نشر ثقافة الدول المصدرة وما ينتج عن ذلك من تبعية ثقافية وفقدان للهوية، فضلا عن افتقاد العديد من السلع لمعايير السلامة الصحية، وكذلك الحيلولة دون وجود قدوة استهلاكية من الآباء للأبناء،

بالإضافة إلى إرباك ميزانية الأسرة من خلال استهلاك العديد من السلع التي لا معنى لها، وهو ما يوقع الأسرة في براثن الاقتراض، مما يؤثر على كيان الأسرة وقد يؤدي إلى انفصام عراها.

وعلى مستوى المخاطر السياسية يأتي في مقدمة ذلك مخاطر التبعية نتيجة الاعتماد على الغير في تلبية حاجات المستهلكين، فضلا عما يترتب عن التمادي في سياسة الاستهلاك الترفي غير الرشيد التي يمتد ضررها إلى بنيان الدولة ذاتها.

أما عن المخاطر الشرعية فإن دولنا مهددة بمخاطر الخروج على الأخلاق والآداب والهوية الإسلامية من خلال تقليد الغرب في المأكل والمشرب والملبس ونحو ذلك، وكذلك الإسراف والتبذير والترف، والجري وراء المظاهر الفارهة والكرم المصطنع والشراء الانفلاتي، رغبة في الشراء من أجل الشراء، بل إنفاق المال أحيانا في معصية الله، وهو الأمر الذي لا يرضي ربا، ولا يسعد رسولا، ولا يقيم للفرد وزنا.

دروس الأزمة

إن عالمنا العربي ينبغي أن يستوعب دروس الأزمة المالية العالمية ولا يترك بابا من أبواب أسبابها إلا أغلقه، وقد كان من مسببات تلك الأزمة إفراط البنوك والمؤسسات المالية في الولايات المتحدة الأمريكية في منح القروض العقارية والتغاضي عن تدقيق السجل الائتماني للعميل، وسياسة منح القروض الاستهلاكية في البنوك والمؤسسات المالية العربية لا تختلف عن تلك السياسة، وهو ما يمثل فقاعة قابلة للانفجار، وهذا يحتم على أجهزة الرقابة ممثلا في البنوك المركزية وضع معايير صارمة للرقابة على تلك النوعية من القروض بما ينوع من المحفظة الائتمانية للبنوك، ويرسخ مفهوم التركيز على جودة المبيعات لا حجم المبيعات من خلال تدقيق السجل الائتماني للعميل.

إننا نوقن أنه لا يمكن تصور مجتمع بدون استهلاك، فالاستهلاك هو العملية الحيوية التي قامت عليها الدورات الاقتصادية المنعشة للأمم، كما أنه السبب الأساسي في التطور الحضاري منذ أقدم العصور، وبسببه قامت الثورات الاجتماعية والحروب الدولية، فهو ليس كله شر أو عملية ذميمة كما يصورها البعض، ومن الظلم أن يتم وصف أي شيء مبتذل على أنه استهلاكي، فالرشادة فيه خير، وعملية مفيدة للفرد والمجتمع، والإسراف فيه شر وعملية مضرة بالمجتمع، والتربية الادخارية خير، والخير كل الخير في الوصية القرآنية: { وكُلُواْ وَاشْرَبُواْ وَلاَ تُسْرِفُواْ} (الأعراف ٣١)، والوصية النبوية: "ما عال من اقتصد".

معدلات ثقة المستهلك في المنطقة العربية تنخفض متأثرة بوضع الاقتصاد العالمي (١٦)

استطلاع «ماستر كارد» العالمي يفصح عن تراجع ثقة خلال النصف الثاني من العام المقبل
أفصح مؤشر دولي لاستطلاع الرأي أن معدلات ثقة المستهلك الاقتصادية في المنطقة العربية في مجالات العمالة والاقتصاد وأسواق المال والدخل الثابت ومستوى المعيشة ينخفض خلال الأشهر الستة الأخيرة من العام الجاري.

وأعلنت أمس مؤسسة ماستر كارد ضمن تحليلات مؤشر ثقة المستهلكين حول العالم الخاص بالنصف الثاني من العام ٢٠٠٨ عبر مناطق جنوب آسيا، والشرق الأوسط وأفريقيا، أن ثقة المستهلكين في السعودية متسقة مع الوضع العام للشرق الأوسط والمشرق العربي التي شهدت انخفاضا متأثرة بالتباطؤ الاقتصادي العالمي، والأزمات الفرعية وارتفاع أسعار النفط ونسب التضخم.

وسجل مؤشر ثقة المستهلك في السعودية معدل ٨٠,١ نقطة من ١٠٠ تمثل انخفاضا عن ما كان عليه منذ ستة أشهر ٩٢,٢ نقطة، إلا أن المؤشر استطرد بالتأكيد على أن المؤشرات في السعودية لا تزال ثقة المستهلك إيجابية ومتفائلة بشكل عام.

وذكرت ما ستر كارد أن معدل ثقة المستهلكين السعوديين حول العمالة بلغ ٩١,٨ نقطة، الاقتصاد ٨٥ نقطة، الدخل الثابت ٩٠,١ نقطة ومستوى المعيشة ٨٢,٣ نقطة، في حين انخفاض معدل الثقة في السوق المالية إلى ٥١,٦ نقطة مقابل ٩٤,٤ للفترة السابقة. ووفقا للاستطلاع انخفضت معدلات المؤشر للقياسات الرئيسية في كافة الدول التي شملها حيث سجلت العمالة معدل ٩١,٨ مقابل ٩٥,٦ في النصف الأول من ٢٠٠٨ أي بانخفاض قدره ٣,٨ نقطة، وثقة المستهلك في الاقتصاد سجلت ٨٥ مقابل ٩٧,٢ للستة أشهر السابقة، والثقة في البورصة ٥١,٦ مقابل ٩٤,٤ للستة أشهر السابقة، وسجل الدخل الثابت ٩٠,١ مقابل ٩٥,٥ للستة أشهر السابقة وارتفعت ثقة المستهلك في مستوى المعيشة من ٧٨,١ في النصف الأول من ٢٠٠٨ لتسجل ٨٢,٣ في الاستطلاع الحالي. وبحسب الاستطلاع، حافظ المستهلكون في الكويت على مستوى من التفاؤل ولكن أقل من المقاييس السابقة بسبب الانخفاض البارز في توقعات مستوى المعيشة إلى ٦٦,٧ نقطة مقابل ٩١,٠ للفترة السابقة مقابل ٩٣,٣ للسنة الماضية. وكشف الاستطلاع عن انخفاض معدل ثقة المستهلكين المصريين بشكل بارز جدا في الستة أشهر الماضية إلى ٦٥,٩ وبلغ المعدل المسجل في المؤشر الحالي ٣٢,٣، بينما يقارب لبنان ذات المعدل.

وينظم استطلاع مؤشر ماستر كارد مرتين سنويا في أسواق محددة في جنوب آسيا والشرق الأوسط وأفريقيا؛ وهو عبارة عن تحليل لتوقعات المستهلكين حول الظروف الاقتصادية للأشهر الستة المقبلة. ويبني مؤشر ماستر كارد مؤشرات ثقة المستهلك بمقياس محدد من ٠ حتى ١٠٠، مبنيا على خمسة متغيرات العمالة، والاقتصاد، والدخل الثابت، والبورصة ومستوى المعيشة. يشكل الرقم ٥٠ المعدل الوسطي، إذ يدلّ المعدل المسجّل الذي يتجاوز الـــ ٥٠ على تفاؤل في صفوف المستهلكين حيال المناخ الاقتصادي، في حين أن النتيجة التي تنخفض إلى ما تحت المعدل الوسطي المذكور تبيّن حالة من التشاؤم. يشمل الاستطلاع كل من الإمارات العربية المتحدة، مصر، لبنان، قطر، السعودية، الهند وجنوب إفريقيا.

الملخص :

بعد الأزمة المالية بدأ الممارسات الفردية لنمط الاستهلاك الغربي تعود شيئا فشيئا إلى نظيره العربي في الدول النامية وفقد معظم المستهلكين الغربيين مساكنهم الفاخرة التي كانت تأويدهم وسياراتهم الفارهة التي كانوا يركبونها نتيجة الإفلاس الذي حصل لهم، لذلك سوف نشهد تغيير كبيرا في مستويات الاستهلاك تقريبا التي تضغط في مستوى تقليل الطلب على البضائع والخدمات إلى أم بعيد الله أعلم به وقد ينتهي حتى يستعيد المستهلك توازنه الاقتصادي ويفيق من الصدمة الكبيرة التي حصلت له من جراء هذه الأزمة المالية العالمية .

المراجع :

(١) وهيب إبراهيم سمعان ١٩٦١ - الثقافة والتربية في العصور القديمة -القاهرة دار المعارف - ص ١٣-١٤ من مقال المكتبات المدرسية ودورها في تنمية وثقافة الفرد لرؤوف عبد الحفيظ محمد مصطفى /المنظمة العربية للتنمية الإدارية.

(٢) موقع وزارة الثقافة و الشباب و تنمية المجتمع ٢٠٠٨ الإمارات
http://www.mcycd.ae/Pages/NIDelements.aspx

(٣) محمد بشار كبار – الاستهلاك – الموسوعة العربية
http://www.arab-ency.com/index.php?module=pnEncyclopedia&func=display_term&id=634&vid

(٤) د.عبدالرحمن الجريسي- كتاب سلوك المستهلك (دراسة تحليلية للقرارات الشرائية للأسرة السعودية) - ص ١٠٠ - الطبعة الثانية عام ١٤٢٦.

(٥) المرجع السابق - ص٢٣٥

(٦) المرجع السابق – ص٢٣٧

(٧) مجلة جامعة تشرين للدراسات والبحوث العلمية - سلسلة العلوم الاقتصادية والقانونية المجلد (٢٨) العدد (3)2006 مقال أثر الأسعار على درجة حساسية المستهلك - الدكتور سليمان الفارس وديمة ماخوس .

(٨) د. نسيم حنا ، مبادئ التسويق ، دار المريخ ١٤٢٩ هــ.

(٩) أزمة النظام المالي العالمي في ميزان الاقتصاد الإسلامي دراسة من إعداد :دكتور حسين شحاتة الأستاذ بجامعة الأزهر خبير استشاري في المعاملات المالية الشرعية

(١٠) كيف حدثت أزمة الرهن العقاري – وكالات الأنباء الجزيرة .

http://www.aljazeera.net/NR/exeres/4DF35056-F339-49BE-A39B-B71EBCF02856.htm

(١١) موقع السعودية تحت المجهر مقال للدكتور. عبد الحسين شعبان

http://www.saudiinfocus.com/ar/forum/showthread.php?s=55be9f24bc169a8eb935d1b89892b26d&t=62111

(١٢) عبدالله الجعيثن جريدة الرياض -السبت ١٥ شعبان ١٤٢٩هـ -١٦ أغسطس٢٠٠٨م - العدد ١٤٦٦٣

(١٣) الأزمة الاقتصادية العالمية بين الاقتصاد الحقيقي والمضاربات- القنصل الفخري الأردني السابق في جمهورية التشيك -د. فاروق العزب

(١٤) كتاب :السياحة في مجتمع معولم: المكان والثقافة والاستهلاك - .المؤلف :كيفين ميثان - الطبعة :الأولى ٢٠٠١

(١٥) د. أشرف محمد دوابه أستاذ التمويل والاقتصاد المساعد، كلية المجتمع جامعة الشارقة الإمارات العربية المتحدة، موقع إسلام اون لاين
http://www.islamonline.net/servlet/Satellite?c=ArticleA_C&cid=1227019183123&pagename=Zone-Arabic-Namah%2FNMALayout

(١٦) محمد الحميدي جريدة الشرق الأوسط الأربعاء ٠٧ جمـادى الثاني ١٤٢٩ هـ ١١ يونيو ٢٠٠٨ العدد ١٠٧٨٨

جمع وإعداد المهندس عارف محمد سمان